

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* PADA BENGKEL NEW ARIESTA MOTOR  
DI SIDOARJO**

**TESIS**



**OLEH:**

**SANDI LENANDI SOETRISNO LASMONO, S.T.**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2014**

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*  
PADA BENGKEL NEW ARIESTA MOTOR DI SIDOARJO**

**TESIS**

**Diajukan kepada  
Universitas Katolik Widya Mandala  
Untuk memenuhi persyaratan  
Gelar Magister Manajemen**



**OLEH:**

**SANDI LENANDI SOETRISNO LASMONO, S.T.  
NPM : 8112413001**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2014**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis berjudul “Analisis Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Bengkel New Ariesta Motor di Sidoarjo” yang ditulis dan diajukan oleh Sandi Lenandi S.L, S.T. (8112413001) telah disetujui untuk diuji.



(Prof. V. Hengky Supri, S.E., Ak.)  
Pembimbing Tesis

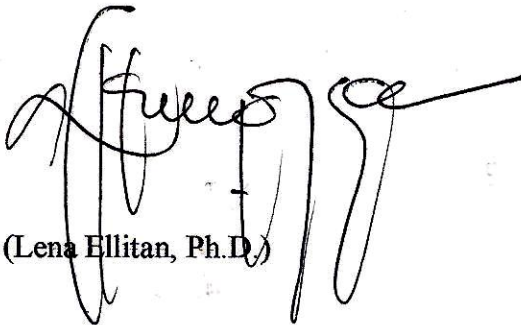
## LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis berjudul Analisis Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Bengkel New Ariesta Motor di Sidoarjo yang ditulis dan diajukan oleh Sandi Lenandi Soetrisno Lasmono, S.T – 8112413001 telah diuji dan dinilai oleh Panitia Penguji Program Magister, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada tanggal 12 Desember 2014

### PANITIA PENGUJI

#### KETUA




(Lena Ellitan, Ph.D.)

#### SEKRETARIS



(Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak.)

#### ANGGOTA



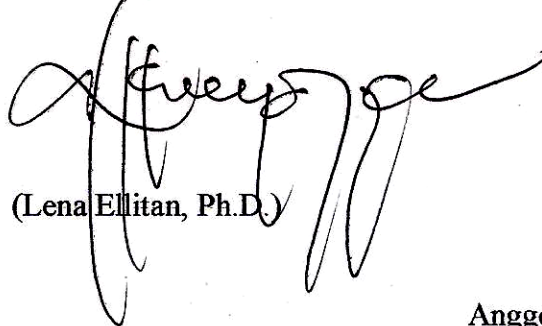
(Dr. Diyah Tulipa)

## LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

Tesis berjudul Analisis Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Bengkel New Ariesta Motor di Sidoarjo yang ditulis dan diajukan oleh Sandi Lenandi Soetrisno Lasmono, S.T – 8112413001 telah diuji dan dinilai oleh Panitia Penguji Program Magister, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

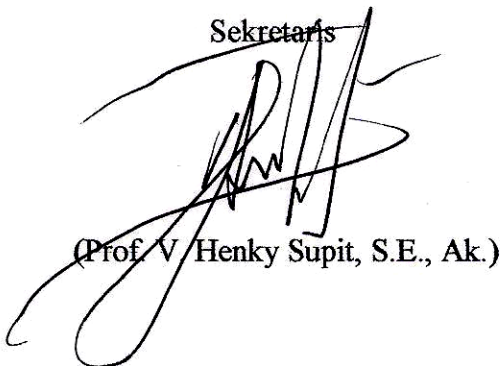
### PANITIA PENGUJI

Ketua



(Lena Ellitan, Ph.D.)

Sekretaris



(Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak.)

Anggota



(Dr. Diyah Tulipa)

Mengetahui,

Direktur Program Pasca Sarjana



(Prof. Dra. Anita Lie, M.A., Ed.D.)

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini adalah tulisan saya sendiri, dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapa pun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah yang saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Surabaya, 12 Desember 2014



Sandi Lenandi Soetrisno Lasmono, S.T.

NRP: 8112413001

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai pemenuhan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam menyelesaikan penulisan tesis ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan tesis ini.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dra. Anita Lie, M.A., Ed.D, selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak., selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan petunjuk dan pemikiran yang sangat berharga selama penelitian berlangsung hingga selesainya penulisan tesis ini.
3. Lena Ellitan, Ph.D., selaku ketua panitia penguji yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun yang sangat berguna bagi penyusunan tesis ini.
4. Kedua orang tua dan saudara yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian tesis ini.

5. Teman-teman yang telah membantu memberikan semangat dan dorongan hingga terselesaikannya tesis ini dan pihak-pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan tesis ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 12 Desember 2014

Penulis



## ABSTRAK

Bengkel New Ariesta Motor merupakan salah satu industri jasa bengkel di Sidoarjo yang mengutamakan kepuasan pelanggan sehingga dapat menciptakan kesetiaan dari pelanggan bengkel. Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada industri jasa bengkel dapat diciptakan dengan membangun hubungan baik dengan pelanggan. Penelitian ini mengukur hubungan antara perusahaan dan konsumen dengan menggunakan lima dimensi yang telah diterapkan oleh Ndubisi (2007) yaitu *commitment*, *trust*, *communication*, *competence* dan *reciprocity*.

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan survey kuesioner kepada pelanggan bengkel New Ariesta Motor. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sebanyak 220 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan rancang analisis yang digunakan dengan metode persamaan structural atau SEM.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *commitment* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di bengkel New Ariesta Motor adalah terbukti, *trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di bengkel New Ariesta Motor adalah terbukti, *communication* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di bengkel New Ariesta Motor adalah terbukti, *competence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di bengkel New Ariesta Motor adalah terbukti, *reciprocity* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di bengkel New Ariesta Motor adalah terbukti dan *reciprocity* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel New Ariesta Motor adalah terbukti.

Kata kunci: *commitment*, *trust*, *communication*, *competence*, *reciprocity* kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

## ABSTRACT

New Ariesta Motor is a workshop industry in Sidoarjo that focus on customer satisfaction and customer loyalty. Customer satisfaction dan Customer Loyalty in workshop service industry can be reach by focus on relationship maintain between company and customer. This research measures relationship between customer and company by Ndubisi (2007) that consist of commitment, trust, communication, competence and reciprocity.

Data used in this research are primary data which collect from questionnaires that applied to customer New Ariesta Motor Workshop. The sampling technique used is purposive sampling. The sample are as much as 220 respondent. The analysis method in quantitative method by Structural Equation Modeling.

This research state approved that commitment, trust, communication, competence and reciprocity significance influence customer satisfaction and customer loyalty at New Ariesta Motor Workshop. This research also state approved that customer satisfaction influence customer loyalty at New Ariesta Motor Workshop.

Keywords : commitment, trust, communication, competence, reciprocity, customer satisfaction and customer loyalty.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. <i>Relationship Marketing</i> .....	13
2.2.2. <i>Customer Satisfaction</i> ....	16
2.2.3. <i>Customer Loyalty</i> .....	17
2.2.4. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.2.5. Pengaruh <i>Commitment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	20

2.2.6. Pengaruh <i>Communication</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	20
2.2.7. Pengaruh <i>Competence</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	20
2.2.8. Pengaruh <i>Reciprocity</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	21
2.2.9. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	22
2.2.10. Pengaruh <i>Commiment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	22
2.2.11. Pengaruh <i>Communication</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	22
2.2.12. Pengaruh <i>Competence</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	23
2.2.13. Pengaruh <i>Reciprocity</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	23
2.2.14. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	23
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1. Kerangka Konseptual .....	25
3.2. Hipotesis Penelitian .....	26
3.3. Desain Penelitian .....	27
3.4. Identifikasi Variabel Penelitian .....	27
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	28
3.6. Jenis dan Sumber data.....	30
3.6.1. Jenis Data .....	30
3.6.2. Sumber Data .....	30
3.7. Pengukuran Variabel.....	31
3.8. Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	31
3.8.1. Alat Pengumpulan Data .....	31
3.8.2. Metode Pengumpulan Data .....	31
3.9. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32

3.9.1. Populasi .....	32
3.9.2. Sampel.....	32
3.9.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.10. Teknik Analisis Data.....	33
3.10.1. Uji Reliabilitas dan Validitas.....	33
3.10.2. Analisis <i>Structural Equation Model</i> .....	33
BAB 4. ANALISA DATA .....	36
4.1. Data Penelitian .....	36
4.1.1 Karakteristik Responden. ....	36
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. ....	37
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	37
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	38
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
4.2. Analisis dan Hasil Penelitian .....	40
4.2.1 Uji Data. ....	40
4.2.1.1 Uji Validitas.....	40
4.2.1.2 Uji Reliabilitas .....	41
4.2.1.3 Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of-fit</i> . ....	48
4.2.2 Uji Model. ....	52
4.2.2.1 Menyusun Path Diagram. ....	52
4.2.3 Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> . ....	58
4.2.4 Pengujian Hipotesis. ....	59
4.2.5 Pembahasan Penelitian.....	64

BAB 5. KESIMPULAN dan SARAN.....	70
5.1. Kesimpulan .....	72
5.2. Saran .....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 37
4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan ..... 37
4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur ..... 38
4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... 39
4.5	Uji Validitas..... 40
4.6	Uji <i>variance Extracted</i> ..... 42
4.7	Uji <i>variance Extracted</i> ..... 42
4.8	Uji <i>variance Extracted</i> ..... 43
4.9	Uji <i>variance Extracted</i> ..... 43
4.10	Uji <i>variance Extracted</i> ..... 44
4.11	Uji <i>variance Extracted</i> ..... 45
4.13	Uji <i>variance Extracted</i> ..... 46
4.14	Uji Hasil <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i> ..... 47
4.15	Uji <i>Normality</i> ..... 49
4.16	Z score untuk evaluasi <i>Univariate outliers</i> ..... 50
4.17	Uji Evaluasi <i>Multivariate Outliers</i> ..... 51
4.18	Ikhtisar Good of fit index ..... 54
4.19	Estimasi Parameter..... 57
4.20	<i>Loading Factor</i> hubungan <i>Direct Effect</i> ..... 58
4.21	<i>Loading Faktor</i> hubungan <i>Indirect Effect</i> ..... 59
4.22	<i>Loading Faktor</i> hubungan <i>Total Effect</i> ..... 59
4.23	Ringkasan hasil pengujian hipotesis ..... 59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Peningkatan Permintaan Kendaraan Bermotor Roda Empat .....	1
4.1 Path Diagram .....	52
4.2. Model Persamaan Struktural .....	53



## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuisisioner
2. Tabel Data Kuisisioner
3. Frekuensi-Statistik Deskriptif